

Sommerbewerbung 2024  
MARKETINGPLAN DEUTSCHLAND

Maßnahme	Aktivität	Thema	Medium / Partner	Detailbeschreibung	Zeitraum
Klassische Werbung	Medienkooperationen/Anzeigen	Frühsommer/Aktiv	SZ Beileger Kärnten Aktiv	28seitiger Kärnten Beileger, Auflage 280.000	08.05.
			Münchener Merkur	Beileger Draußen Aktiv, 2/1 Advertorial, Auflage 255.000	19.05.
			BILD München	BMW Open 2/1 Advertorial, Auflage 150.000	15.04.
			WAZ	Beileger Schönste Reiseziele, 2/1 Advertorial + Anzeige, Auflage 420.000	25.05.
			Welt am Sonntag	Magazin Reisen Exclusiv 2/1 Advertorial + Anzeige, Auflage 90.000	12.05.
			Münchener Merkur	Reiseteil 1/1 Advertorial mit Eckfeldanzeige, Auflage 255.000	13.05.
			Abendzeitung München	Beileger Wandern/Biken, 1/1 Advertorial + Anzeige, Auflage 165.000	20.04.
			Kölner Rundschau	Sommer Spezial, 1/1 Advertorial mit Eckfeldanzeige, Auflage 190.000	07.06.
			Alps Magazin	1/1 Advertorial 1/1 Anzeige, Auflage 60.000	06.06.
			Familienmagazine	tbd	Mai
		Kulinarik	Slow Food Magazin	Kooperation mit Regionen, 3/1 Advertorial	29.03.
			Biomagazin	Kooperation mit Regionen, 3/1 Advertorial	03.04.
			Falstaff	Advertorial	26.4.
		Radfrühling	Generalanzeiger Bonn	Advertorial	April
			SZ	Advertorial	April
			WAZ	Advertorial	April
		Rad allgemein Leitprodukte	Kompass/Atlas	Anzeige 1/1	April, August
			Radwelt	2/1 Anzeige	April, August
			Bike&Travel	2/1 Advertorial + Anzeige	April, August
			outdoor welten	2/1 Advertorial + Anzeige	April, August
	Reisen Magazin		2x 1/2 Anzeige	April, August	
	Kultur	Kulturjournal	Medienbeilage	Mai	
	TV Kampagne	Familienurlaub	ARD, ZDF, P7S1-Gruppe, Streamingdienste	programmatische CTV (connected TV) und ATV (addressable TV) Kampagnen mit der ÖW	Mai
Hörfunk	Familienurlaub	Sender Bayern	klassische 20sec Spots	Mai-Juni	
ÖW Kampagne	Sommer		Imagekampagne mit reichweitenstarken On- und Offlinemaßnahmen in qualitativ hochwertigen Umfeldern wie OOH, Magazin, Online Advertorials, Communitymarketing, zB Restaurantscreens in BY, BW mit 630.000 Spots/2,2 Mio Kontakte, Vertrieb Magazin Auflage 1,3 Mio, Newsletter an 300.000 Familien	März-Juni	
Online Marketing	Traffickampagne Zukaufmodell	Familienurlaub	FB/IG, Google, Native Ads,	Onlinekampagne, SEM und Newslettermarketing mit 9 Kärntner Regionen	8.02.-30.8.
	Multi Screen Video	Familienurlaub	Streaming-Dienste	Video-Ads	Mai-Juni
	Imagekampagne	Kulinarik	FB/IG, Google, Native Ads	Banner-Kampagne in Special Interest Umfeld	April-Sept.
	Redaktionelle Kooperation	Kulinarik	1000 things	Kooperation mit Slow Food Travel im Rahmen des Online Schwerpunktes Entdeckerei, Redaktionelle Berichterstattung, FB, IG, Themen Native, Newsletter, Insta Story, Insta Reels	ab 27. 5.
	Redaktionelle Kooperation	Kulinarik	Falstaff Online	Advertorial + NL	April-Mai
	Social Media Kooperation	Kultur	1000 things	FB, IG, NL, Insta Story, Insta Reel	Mai
	Themenkampagne Online	Kultur	Tambiente		Mai
	RTB Kampagne	Kultur		Banner	02.04.-31.06.
Verkaufsförderung	Publikumsessen	Kulinarik	Slow Food Messe Stuttgart	Kooperation mit Regionen und Slow Food Kärnten	04.-07.04.
		Sommer	CMT Stuttgart	Kärnten Gemeinschaftsstand	13.-21.01.
	Kooperationen RV	Sommer	Dertour	tbd	Mai
		Sommer/Rad	Ameropa/Wikinger/Kootstra	Kooperationsanzeigen, Newsletter	März-Mai
Pressearbeit	Presseausendungen	Themen: Radfrühling, Großglockner Hochalpenstraße, Kärnten Seen-Schleife, Slow Trails u.v.m.	div. Medien	Aussenden von Evergreen-Content gepaart mit Neuigkeiten aus Kärnten	mtl.
	Presseveranstaltung ITB Berlin	Radfrühling	div. Medien	Teilnahme am ÖW 4xquer Event und Präsenz auf der Messe	04.03-06.03
	Einzelrecherchen	Themen divers	div. Medien	in allen Regionen Kärntens	April-Okt.
	Pressereise	Camping	div. Medien	in der Region Katschberg - Lieser-Maltatal und NLW	06.06-09.06.
	Pressereise	Alpe Adria Trail	div. Medien	in der Region MBN	11.06.-14.06.
	Presseveranstaltung Berlin	Sommerrauftakt	div. Medien	Im Zuge der ÖW Sommerkampagne	06.06.
	Presseveranstaltung München	Radfrühling	div. Medien	ca. 15 Müncher Journalisten vor Ort	14.03.

Stand April 2024, Änderungen vorbehalten

Anmerkung: weitere Marktaktivitäten finden im Rahmen der Themen-Marketingkampagnen statt (vgl. Themen-Marketingpläne)